

## **SKRIPSI**

# **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK INTERNET BANKING BNI SYARIAH YOGYAKARTA**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018)**

Disusun Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana Sastra S1 di  
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Alma Ata



**Oleh: Rosmida Murfi**

**152100056**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Produk *Internet Banking* Bank BNI Syariah Yogyakarta (Studi Pada Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018)**

**Rosmida Murfi<sup>1</sup> Teguh Suropto S.E.MM<sup>2</sup>**

**Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan produk *internet banking*. penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Angkatan 2017-2018 yang Menggunakan Produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta berjumlah 460 populasi, dan sampel yang digunakan sebanyak 115 responden dengan menggunakan rumus Suharsimi Arikunto. Adapun pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner/angket, dan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, karena terdapat lebih dari dua variabel, maka hubungan linier dapat dinyatakan dalam persamaan regresi linier berganda. Kemudian diolah menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk *Internet Banking*, yaitu sebesar 5.100 dengan sig 0,000. Variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk *Internet Banking*, yaitu sebesar 2.161 dengan sig 0,033. Sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk *Internet Banking*, yaitu sebesar 2.472 dengan sig 0,015.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan minat siswa dalam menggunakan produk *internet banking*.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Lembaga keuangan selalu memiliki peran penting dalam perekonomian diantaranya peluang bisnis, karena lembaga keuangan tersebut sangat dibutuhkan dalam membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia. Semakin berkembangnya lembaga keuangan maka semakin cepat pula pertumbuhan perekonomian. Semakin berkembangnya zaman saat ini perbankan dituntut untuk memberikan layanan yang semakin baik. Perkembangan perbankan di Indonesia sangat pesat, sehingga menjadikan persaingan perbankan semakin baik, dan menjadikan perbankan lebih profesional, dengan persaingan yang dilakukan antar bank-bank di Indonesia, baik itu bank pemerintah, swasta nasional maupun bank asing.<sup>1</sup>

Salah satu wujud perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ialah berkembangnya perbankan syariah yang sangat dinantikan oleh masyarakat terutama masyarakat muslim. Perbankan syariah memberikan sistem perbankan yang sehat dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap jasa pelayanan perbankan yang sesuai syariah. Menurut Undang-undang No 21 tahun 2008 mengatur tentang prinsip syariah dan menganut demokrasi ekonomi serta prinsip kehati-hatian. Kekuatan fungsi

---

<sup>1</sup> Azizah Khoirun Nisa, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)*, hlm.4.

bank syariah dipaparkan dengan tujuan agar membantu proses pembangunan nasional yang dapat meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan *internet banking* merupakan salah satu alternatif yang menjanjikan, karena *internet banking* itu sendiri memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dalam dunia perbankan, sudah menggunakan teknologi untuk mengakomodir dalam kebutuhan bertransaksi antara pihak perbankan dengan nasabah sangat diperbolehkan.<sup>3</sup> Sebagai seorang nasabah pastilah ingin mendapatkan pelayanan yang cepat dan praktis.

Salah satu lembaga perbankan yang sudah menjalankan pelayanan dengan memanfaatkan *internet banking* adalah BNI Syariah. BNI Syariah sengaja mengeluarkan produk layanan tersebut untuk mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan, seperti transfer, pembayaran tagihan dana dan lain sebagainya.<sup>4</sup> Tujuan utama perkembangan teknologi informasi ini adalah untuk memberikan perubahan kepada kehidupan masa depan masyarakat agar menjadi lebih baik, cepat, mudah serta memberikan rasa aman kepada pengguna.

---

<sup>2</sup>Muhammad syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2001). h. 223.

<sup>3</sup>Febrian Maulana Yusuf, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Internet Banking* Pada Nasabah BRI Syariah Yogyakarta", *Skripsi*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), hlm.2.

<sup>4</sup>Ikhsan Toga Kharismawan, dan Ibnu Widiyanto, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Aksetabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara *E-Banking*, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5., No. 1, 2016.

berkembangnya internet memang cepat memberi pengaruh yang signifikan dalam aspek kehidupan.

Menurut adjat Djantika, selaku sekretariat bank BNI Syariah, dengan berkembangnya *internet banking* nilai investasi bank BNI Syariah sebesar 60 milyar tahun 2018. Karena dengan perkembangan *internet banking* tersebut sangat membantu nasabah dalam mengakses layanan perbankan syariah. Menurutnya, sejauh ini peningkatan transaksi *e-channel* sebanyak 47 juta transaksi dengan nominal transaksi mencapai Rp. 34,4 triliun.<sup>5</sup>

Dalam perkembangannya *internet banking* dijadikan sebagai strategi yang dapat memberikan peningkatan baik dari sisi kemampuan, efektifitas, dan produktifitas maupun peningkatan pendapatan melalui penjualan yang lebih baik. Transaksi dengan menggunakan *internet banking* terus memberikan peningkatan baik secara frekuensi maupun volume. Pada tahun 2014, volume *internet banking* sudah mencapai Rp. 6.447 triliun lebih meningkat 17,32% di bandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dari hasil survei yang dilakukan oleh Indonesia (APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet data yang didapatkan pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta. Sekretaris Jendral APJII yang bernama

---

<sup>5</sup>BNI Syariah, 26 Oktober 2017-2018.

Kasyfi Soemartono menjelaskan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencakup 54,68% dari total populasi Indonesia yang mencapai 626 juta orang.<sup>6</sup>

Alasan peneliti dalam memilih Bank BNI Syariah karena BNI Syariah meraih penghargaan *The Best Media Relations Program* 2018 dalam Indonesia *PR of The Year* 2018 dari majalah *MIX Marketing dan Communication*. Bank BNI Syariah juga meraih penghargaan sebagai *The Best Bank in Asia and Turkey* 2018 serta Direktur utama BNI Syariah. Sedangkan pada 19 desember BNI Syariah kembali meraih predikat dalam ajang Indonesia *Most Trusted Companies Award* 2018. Pemenang penghargaan yang didapatkan oleh Bank BNI Syariah merupakan hasil dari kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang mempunyai komitmen untuk selalu hasanah dan berusaha dalam memberikan manfaat kepada seluruh *Stakeholders*.<sup>7</sup>

Alasan peneliti menjadikan Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai tempat penelitian, karena Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan Bank BNI saat bertransaksi keuangan maupun transaksi lainnya. Fakta lainnya adalah dikarenakan BNI sebagai mitra pembayaran dari dua universitas tersebut, maka *internet banking* mendapat perhatian dan penerimaan yang tergolong baik.

---

<sup>6</sup> Maria Bastita, dkk “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*”, Jurnal (Palembang : Universitas STIE Palembang, 2017), hlm.2.

<sup>7</sup> <https://www.bnisyariah.co.id>. Diakses 19 Desember 2018.

Dari penelitian ini, penulis mengangkat tiga variabel yaitu (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko). ketiga variabel tersebut persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko, merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan produk *internet banking*.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Produk Internet Banking BNI Syariah Yogyakarta (Studi Pada Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam Menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta?

---

<sup>8</sup> Na'mauzzahiroh, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Menggunakan *Net Banking* di Bank Syariah Mandiri”, *Skripsi*, (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), hlm.4.

2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam Menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam Menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, secara simultan terhadap variabel Minat Mahasiswa dalam menggunakan *produk internet banking* (Y)?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang dibahas dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah



Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah Angkatan 2017-2018 dalam menggunakan produk *internet banking* BNI Syariah Yogyakarta.
4. untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, secara simultan terhadap variabel Minat Mahasiswa dalam menggunakan produk *internet banking*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Teoritik**

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan bagi pengembangan teori mengenai minat masyarakat terhadap pengguna *internet banking* pada Mahasiswa Universitas Alma Ata dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Akademisi**

Memberikan suatu pengetahuan mengenai ilmu ekonomi khususnya dalam perbankan syariah hal minat menggunakan

*internet banking* pada nasabah serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian untuk melakukan penelitian selanjutnya sebagai tolak ukur.

b. Bagi Peneliti

Untuk memperluas pengetahuan serta kemampuan peneliti mengenai fasilitas dan pelayanan dalam perbankan khususnya BNI Syariah terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana dalam meningkatkan wawasan, pengalaman dan pengetahuan keilmuan penulis tentang penerapan teori-teori yang didapatkan sebelumnya. Serta salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sastra (S1).

c. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan positif terhadap bank dengan memberikan suatu fasilitas dan pelayanan yang lebih efisien untuk kenyamanan nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

Arizona, Yogastyan. 2015. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Web, dan Informasi Online Banking Terhadap Minat Individu Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. 4 No. 1.

Astia, Retania. 2014. "Determinan Sikap dan Pengaruh Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking". Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol 2. No 1.

Eriksson, Kent, Kerem, Katri, dan Nilsson, Daniel. "Customer Acceptance of Internet Banking in Estonia". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No. 2, 2005.

Farizi, Hadyan dan Syaefullah 2014. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. 2, No 1.

Gunawan, Andrew 2014, *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Nominal/Vol.III No. 2/ Tahun 2014, Diakses tanggal 1 Agustus 2017, dari [journal.uny.ac.id](http://journal.uny.ac.id).

- Kusuma, H dan Susilowati, D. 2007. *Determinan Pengadopsian Pelayanan Internet Banking : Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta*. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia. Volume 11 Nomor 2 Desember 2007.
- Kaleem, Ahmad., dan Saima Ahmad. 2008. Banker's Perception of Electronic Banking in Pakistan, *Journal of Internet Banking and Commerce*, April, Vol. 13, No. 1, h. 1-16.
- Maharsi, Sri dan Fenny. "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna *Internet Banking* di Surabaya". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8, No. 1, Mei 2006.
- Maharsi, Sri dan Fenny. 2006. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas *Internet Banking* di Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8, No.1, h. 35-39.
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. Vol. 9 No. 1, h. 18-28.
- Safeena, Rahmath 2013, *Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption*, International Journal of Computer Theory and Engineering, Vol 5, No. 1, February 2013, Diakses tanggal 2 Agustus 2017, dari [www.ijcte.org](http://www.ijcte.org).

Yani. E. Dkk, “Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi dengan *Technology Acceptance Model* 2018”. Jurnal Informatika Vol. 5 No. 1, April 2018: 34-42.

Yudha. H. Isgiyarta. J, “Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap *Internet Banking Adoption* 2015. Jurnal Of Accounting Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, Halaman 2.

### **Naskah Publikasi**

Aryani, Muftafida Higya 2015, *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model. (Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA di Surakarta)*, Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Diakses tanggal 17 Agustus 2017, dari [eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id).

Ayani. M. H, “Minat Individu Terhadap Penggunaan *Internet Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Mode* 2015. Naskah Publikasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Anggraini, R. Soenhadji, I. M. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup dan Pemanfaatan Teknologi (*E-Banking*) Terhadap Kepemilikan Kartu Kredit Serta Dampaknya Pada Sikap Pengguna”. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) 2016*. Yogyakarta, 6 Agustus 2016.

Batista. M, Pratiwi. R, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*”.

Dik-dik M,dkk, *Cyber Law, Aspek Hutam Teknologi Informasi*, (Bandung: Pt, Retika Aditama, 2005).

Ghozali, Imam 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Malhotra, Pooja., dan Balwinder Singh. 2007. Determinants of Internet banking Adoption by Banks in India, *Internet Research*, Vol. 17, No. 3, h. 323-339.

### **Skripsi**

Adityasto, Edwin 2013, *Minat Perilaku Dalam Pengadopsian Internet Banking: Theory Decomposed of TPB*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Diakses tanggal 2 Agustus 2017, dari [jimfeb.ub.ac.id](http://jimfeb.ub.ac.id).

Andreas, Lanna Christina 2017, *Peran Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Peningkatan Kesetiaan Nasabah di Lima Bank Dengan Aset Terbesar di Indonesia*, Skripsi, Universitas Katolik Parahyangan, Diakses tanggal 2 Agustus 2017, dari [repository.unpar.ac.id](http://repository.unpar.ac.id).

Cahyo, Wanandi Yoso Hanur. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Karomillah. M, “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade 2015”. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2015.
- Na'mauzzahiroh, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Menggunakan *Net Banking* di Bank Syariah Mandiri (BSM)”. Skripsi Mahasiswa Universitas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2016.
- Nisa. A. K, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018.
- Yudha, Hafid Nur 2015, *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Diakses 5 September 2017, dari [eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id).



